



**PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* SAMSUNG  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

**SKRIPSI**

**FERBINA VEBIYOLA BR GINTING 2010111049**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2023**



**PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* SAMSUNG  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**FERBINA VEBIYOLA BR GINTING 2010111049**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2023**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ferbina Vebiyola Br Ginting

NIM : 2010111049

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 15 September 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is placed over a handwritten signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METER', 'TELUR', and 'ZEAKX66493'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Ferbina Vebiyola Br Ginting)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ferbina Vebiyola Br Ginting  
NIM : 2010111049  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

#### **PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 17 September 2023

Yang Membuat Pernyataan



(Ferbina Vebiyola Br Ginting)  
2010111049.

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)


Dipersiapkan dan disusun oleh :

**FERBINA VEBIYOLA BR GINTING 2010111049**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 18 Desember  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



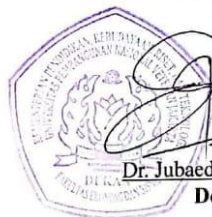

Dra. Bernadin Dwi M. MM  
Ketua Penguji




Dra. Pusporini, MM  
Penguji I



Jenji Gunaedi Argo, S.E.M.M  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM  
Dekan



Siti Hidayati, SE, MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Desember 2023

***The Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on  
the Purchasing Decision of Samsung Smartphones  
(A Study on Students in South Jakarta)***

***By Ferbina Vebiyola Br Ginting***

**Abstract**

*This research employs a quantitative method with the aim of proving the influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality, on the Purchase Decision of Samsung smartphones. The study involves 100 respondents, consisting of Samsung smartphone users among university students in South Jakarta, as primary data. Secondary data is obtained through various references related to the research. Data collection utilizes purposive sampling technique and is analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the assistance of SmartPLS4 software. Consequently, the data processing reveals that (1) Brand Image has a positive and significant impact on Purchase Decision. (2) Lifestyle has a positive and significant impact on Purchase Decision. (3) Product Quality has a positive and significant impact on Purchase Decision.*

***Keywords:*** *Brand Image, Lifestyle, Product Quality, Samsung Smartphone, and Purchasing Decision.*

# **Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)**

Oleh Ferbina Vebiyola Br Ginting

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. Penelitian ini menggunakan 100 responden dari mahasiswa pengguna *Smartphone* Samsung di Jakarta Selatan sebagai data primer, dan data sekunder penelitian diperoleh melalui berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS4. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Lifestyle*, Kualitas Produk, *Smartphone* Samsung, dan Keputusan Pembelian.

## Berita Acara Ujian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 18 Desember 2023:

Nama : Ferbina Vebiyola Br Ginting

No.Pokok Mahasiswa : 2010111049

Program : Manajemen S.1

(PENGARUH BRAND IMAGE, LIFESTYLE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA DI  
JAKARTA SELATAN))

dinyatakan **Lulus / Tidak Lulus \***)

#### Penguji

| No | Dosen Penguji                | Jabatan       | Tanda Tangan |
|----|------------------------------|---------------|--------------|
| 1  | Dra. Bernadin Dwi M,MM       | Ketua         | 1.           |
| 2  | Dra. Pusporini, M.M          | Anggota I     | 2.           |
| 3  | Jenji Gunaedi Argo, S.E.,M.M | Anggota II**) | 3.           |

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 18 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image, Lifestyle, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Mahasiswa di Jakarta Selatan)***” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan usulan penelitian ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan pada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga usulan penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi SI Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi terkait dengan proses awal pendaftaran usulan penelitian sampai selesai.
3. Pak Jenji Gunaedi Argo, S.E,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun usulan penelitian ini.
4. Orang Tua yang telah memberikan bantuan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Teman-teman satu Angkatan dan satu bimbingan skripsi yang sudah mau berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan usulan penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna menyempurnakan kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Jakarta, 19 September 2023

Ferbina Vebiyola Br Ginting

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                               | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....              | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                     | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....                            | <b>viii</b> |
| <b>PRAKATA</b> .....   | <b>ixx</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | <b>xivv</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                       | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                     | <b>1</b>    |
| I.1.Latar Belakang.....  | 1           |
| I.2. Perumusan Masalah.....  | 8           |
| I.3. Tujuan Penelitian.....  | 8           |
| I.4. Manfaat Hasil Penelitian .....                                | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                               | <b>10</b>   |
| II.1 Landasan Teori.....   | 10          |
| II.1.1 Pemasaran.....  | 10          |
| II.1.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....                           | 10          |
| II.1.2 Perilaku konsumen .....                                     | 11          |
| II.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....                         | 12          |
| II.1.3.1 Tahapan Keputusan Pembelian .....                         | 12          |
| II.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ..... | 14          |
| II.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....                         | 15          |
| II.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian .....                       | 16          |
| II.1.4 Pengertian <i>Brand Image</i> .....                         | 18          |

|   |           |
|---|-----------|
| II.1.4.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....    | 18        |
| II.1.4.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....                             | 19        |
| II.1.4.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....                           | 19        |
| II.1.5. Pengertian Lifestyle.....                                     | 20        |
| II.1.5.1 Jenis-Jenis Lifestyle .....                                  | 20        |
| II.1.5.2 Faktor-Faktor <i>Lifestyle</i> .....                         | 22        |
| II.1.5.3 Dimensi Lifestyle .....                                      | 22        |
| II.1.5.4 Indikator Lifestyle .....                                    | 22        |
| II.1.6. Pengertian Kualitas Produk .....                              | 23        |
| II.1.6.1 Jenis-Jenis Kualitas Produk.....                             | 24        |
| II.1.6.2 Faktor-Faktor Kualitas Produk.....                           | 24        |
| II.1.6.3 Dimensi Kualitas Produk.....                                 | 25        |
| II.1.6.4 Indikator Kualitas Produk .....                              | 26        |
| II.2 Penelitian Sebelumnya .....                                      | 27        |
| II.3 . Model Penelitian .....   | 38        |
| II.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 38        |
| II.3. 2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....  | 38        |
| II.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Keputusan Pembelian .....             | 39        |
| II.4. Hipotesis.....  | 40        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....                            | <b>41</b> |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....              | 41        |
| III.1.1 Definisi Operasional .....                                    | 41        |
| III.1.2 Pengukuran Variabel.....                                      | 42        |
| III.2 Penentuan Populasi dan sampel .....                             | 44        |
| III.2.1 Populasi.....   | 44        |
| III.2.2 Sampel.....   | 44        |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data.....                                    | 46        |
| III.3.1 Jenis Data .....  | 46        |
| III.3.2 Sumber Data.....  | 46        |
| III.3.3 Pengumpulan Data .....  | 46        |
| III.4 Teknik Analisis Data.....                                       | 48        |
| III.4.1 Teknik Analisis .....   | 48        |
| III.4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                         | 49        |
| III.4.1.2 Analisis Statistik Inferensial .....                        | 50        |

|   |           |
|---|-----------|
| III.4.2 Uji Validitas .....   | 54        |
| III.4.3 Uji Realibilitas .....  | 55        |
| III.4.4 Uji Hipotesis .....   | 55        |
| III.4.4.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t-Statistik) ..... | 55        |
| III.4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....       | 56        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                              | <b>58</b> |
| IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....                                 | 58        |
| IV.1.1 Profil Samsung.....  | 58        |
| IV.2. Deskripsi Data Penelitian.....                                  | 61        |
| IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....                                  | 61        |
| IV. 3 Analisis Hasil dan Hipotesis .....                              | 66        |
| IV. 3.1 Analisis Data Deskriptif.....                                 | 66        |
| IV. 3.2 Analisis Data Inferensial.....                                | 70        |
| IV.3.3 Uji Hipotesis .....  | 77        |
| IV.4 Pembahasan .....   | 79        |
| IV.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 79        |
| IV.4.2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....    | 80        |
| IV.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....    | 81        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                               | <b>83</b> |
| V.1 Kesimpulan .....  | 83        |
| V.2 Keterbatasan.....   | 84        |
| V.3 Saran .....   | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>86</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>  | <b>86</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>92</b> |

## Daftar Tabel

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Penelitian Terkait dengan Keputusan Pembelian .....                 | 35 |
| Tabel 2. Pengukuran Variabel.....  | 42 |
| Tabel 3. Skala Likert .....  | 47 |
| Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen penelitian .....                                | 47 |
| Tabel 5. Penilaian Jawaban Kuesioner .....                                   | 49 |
| Tabel 6. Nilai loading factor.....   | 50 |
| Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach Alpha .....                     | 55 |
| Tabel 9. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                | 62 |
| Tabel 10. Persentase Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan .....          | 62 |
| Tabel 11. Persentase Responden Berdasarkan Usia .....                        | 63 |
| Tabel 12. Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....          | 64 |
| Tabel 13. Persentase Responden Berdasarkan Semester.....                     | 64 |
| Tabel 14. Persentase Responden Berdasarkan Seri Smartphone Samsung.....      | 65 |
| Tabel 15. Analisis Indeks tanggapan responden terhadap keputusan pembelian.. | 66 |
| Tabel 16. Analisis Indeks tanggapan responden terhadap Brand Image .....     | 67 |
| Tabel 17. Analisis Indeks tanggapan responden terhadap Lifestyle .....       | 68 |
| Tabel 18. Analisis Indeks tanggapan responden terhadap Kualitas Produk.....  | 69 |
| Tabel 19. Loading Factor .....   | 71 |
| Tabel 20. AVE .....  | 73 |
| Tabel 21. Cross Loading .....  | 73 |
| Tabel 22. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....                    | 75 |
| Tabel 23. R-Square.....  | 77 |
| Tabel 24. T statistic .....  | 78 |

## Daftar Gambar

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 1.  | Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia.....                            | 2  |
| Gambar 2.  | Merek <i>Smartphone</i> yang paling banyak digunakan di Dunia Tahun 2022..... | 3  |
| Gambar 3.  | Merek Smartphone Terbaik di Dunia Tahun 2023 Q1.....                          | 4  |
| Gambar 4.  | Top 5 <i>brand smartphone</i> di Indonesia Q1-2023.....                       | 4  |
| Gambar 5.  | Tahapan Keputusan Pembelian.....  | 12 |
| Gambar 6.  | Model Penelitian Empiris Menggunakan Data.....                                | 39 |
| Gambar 7.  | Langkah – langkah Analisis PLS.....   | 50 |
| Gambar 8.  | <i>Inner Model</i> .....  | 50 |
| Gambar 9.  | Outer Model.....  | 51 |
| Gambar 10. | Konstruksi Diagram Jalur.....   | 52 |
| Gambar 11. | Logo Samsung.....   | 57 |
| Gambar 12. | Diagram Jalur <i>Outer Model</i> .....  | 70 |
| Gambar 13. | <i>Inner Model</i> .....  | 75 |

## **Daftar Lampiran**

|             |                                   |     |
|-------------|-----------------------------------|-----|
| Lampiran 1. | Kuesioner.....                    | 90  |
| Lampiran 2. | Data Kuesioner 100 Responden..... | 98  |
| Lampiran 3. | Deskripsi Data Responden.....     | 108 |
| Lampiran 4. | Hasil Output SmartPLS.....        | 112 |
| Lampiran 5. | Hasil Turnitin.....               | 118 |